

**Créer les bases
de votre entreprise avec le
Business model nouvelle génération
BMG**

Le BMG



Inventé par Alexander Osterwalder. (livre)

Permet d'avoir **une vue globale** sur le fonctionnement d'une entreprise, mais également sur un projet.

- Identifier des hypothèses
- Planifier et valider son modèle d'affaires

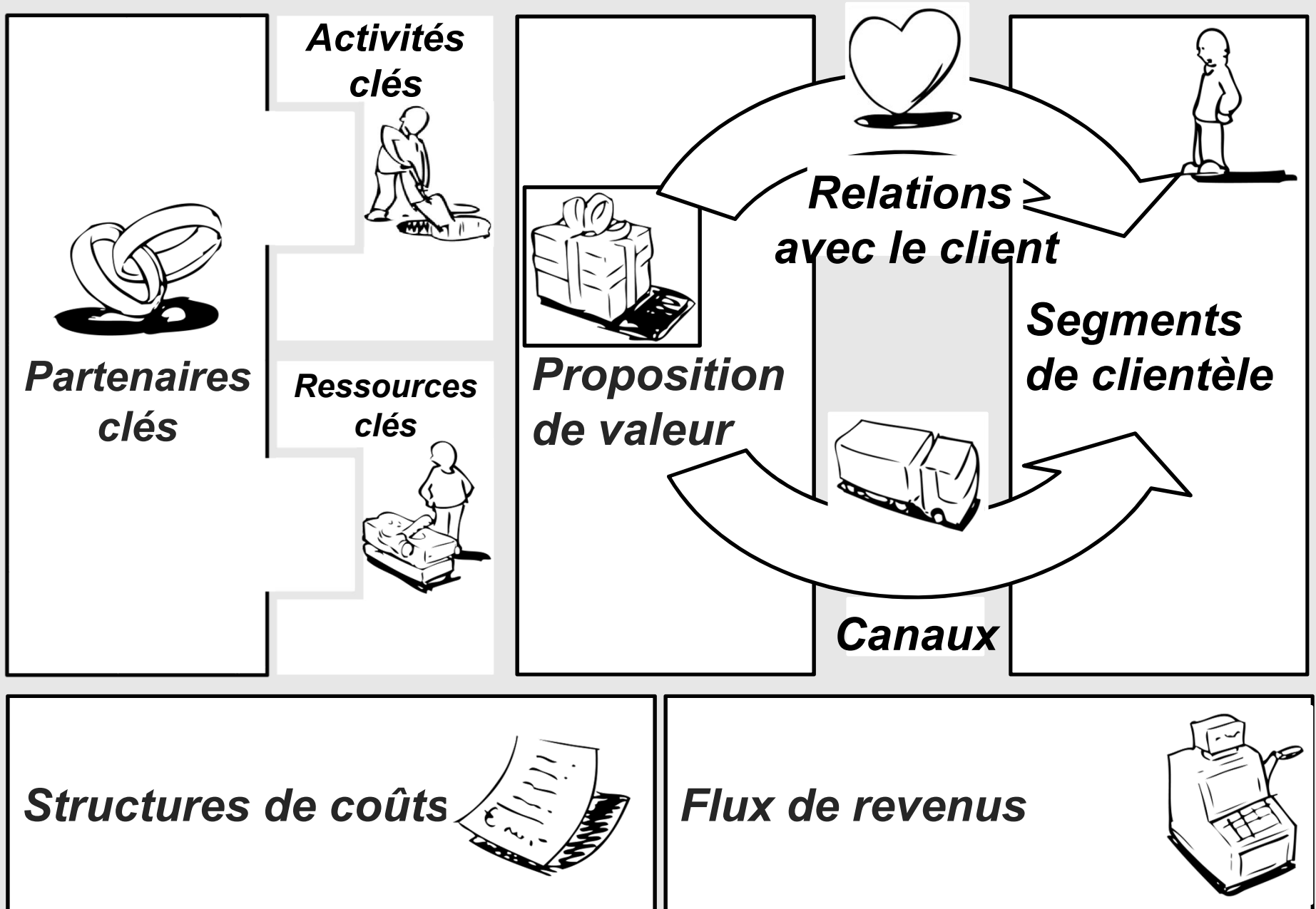
Déroulement de l'atelier

Présentation des 9 blocs du tableau

Comment utiliser le BMG

Activité pratique

Business Model Generation



Comment utiliser le Business Model Nouvelle Génération ?

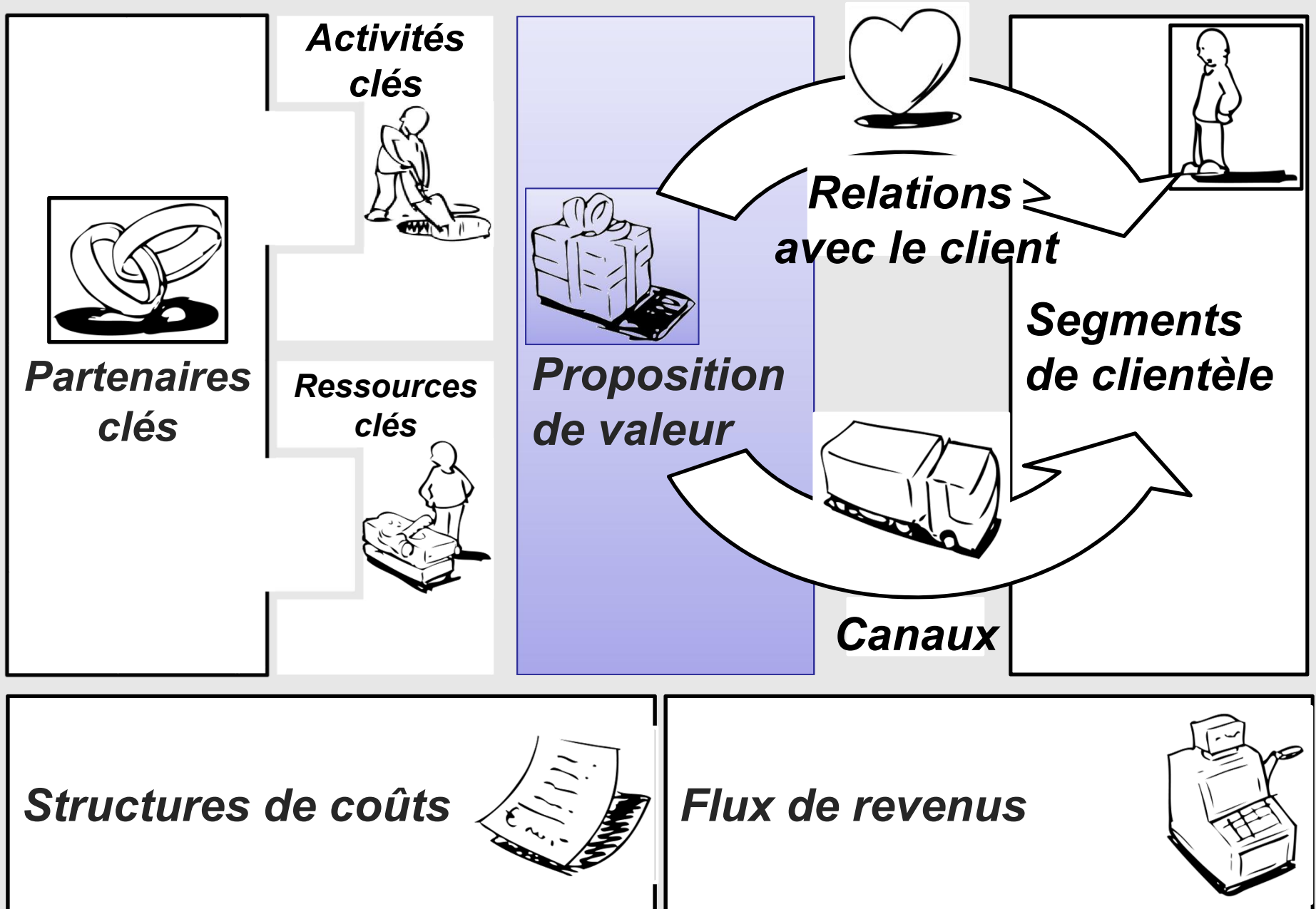
Considérer chaque case comme indépendante est une erreur.

Considérer le tableau comme un bloc est également une erreur.

L'objectif est de voir les relations
entre les éléments de chaque bloc.

**Il faut considérer chaque case de manière
interdépendante.**

Business Model Generation



Étape 1 : Proposition de valeur

Présentez le manque à combler ou une demande sur le marché.

Quel est le besoin et/ou la problématique à laquelle répond votre offre? (douleur, désir)

Présentez votre idée pour répondre à ce besoin et/ou problématique.

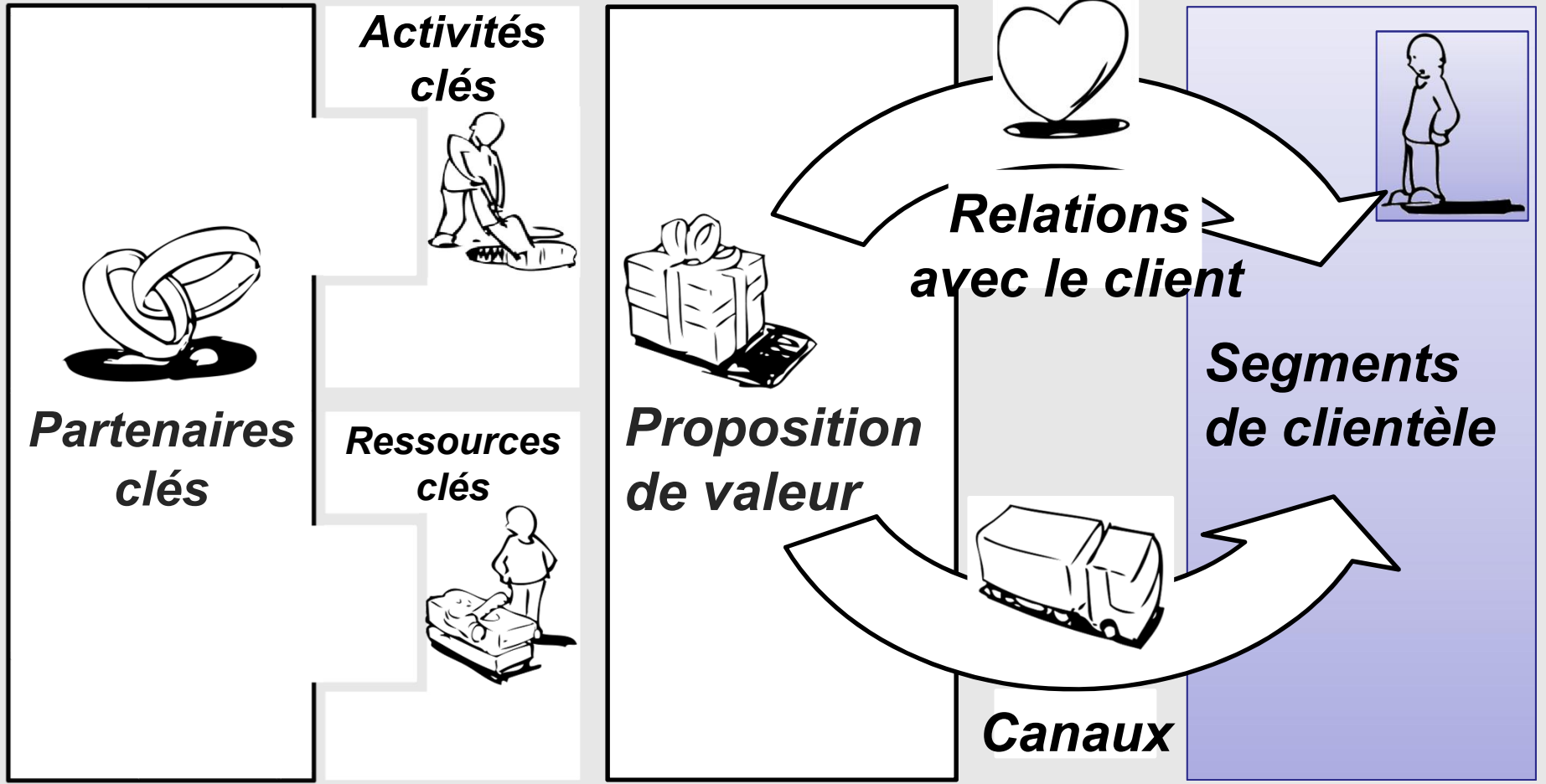
Quels sont les produits et/ou services offerts?

Quelle valeur ajoutée apportez-vous à la clientèle? (bénéfice)

Présentez votre avantage concurrentiel.

Quel est l'élément que votre organisation maîtrise mieux que la concurrence et qui lui permet d'être compétitive?

Business Model Generation



Structures de coûts



Flux de revenus



Étape 2 : Segments de clientèle

Présentez vos principaux clients

Quels sont les clients les plus importants?

Quels sont les cibles de clients stratégiques?

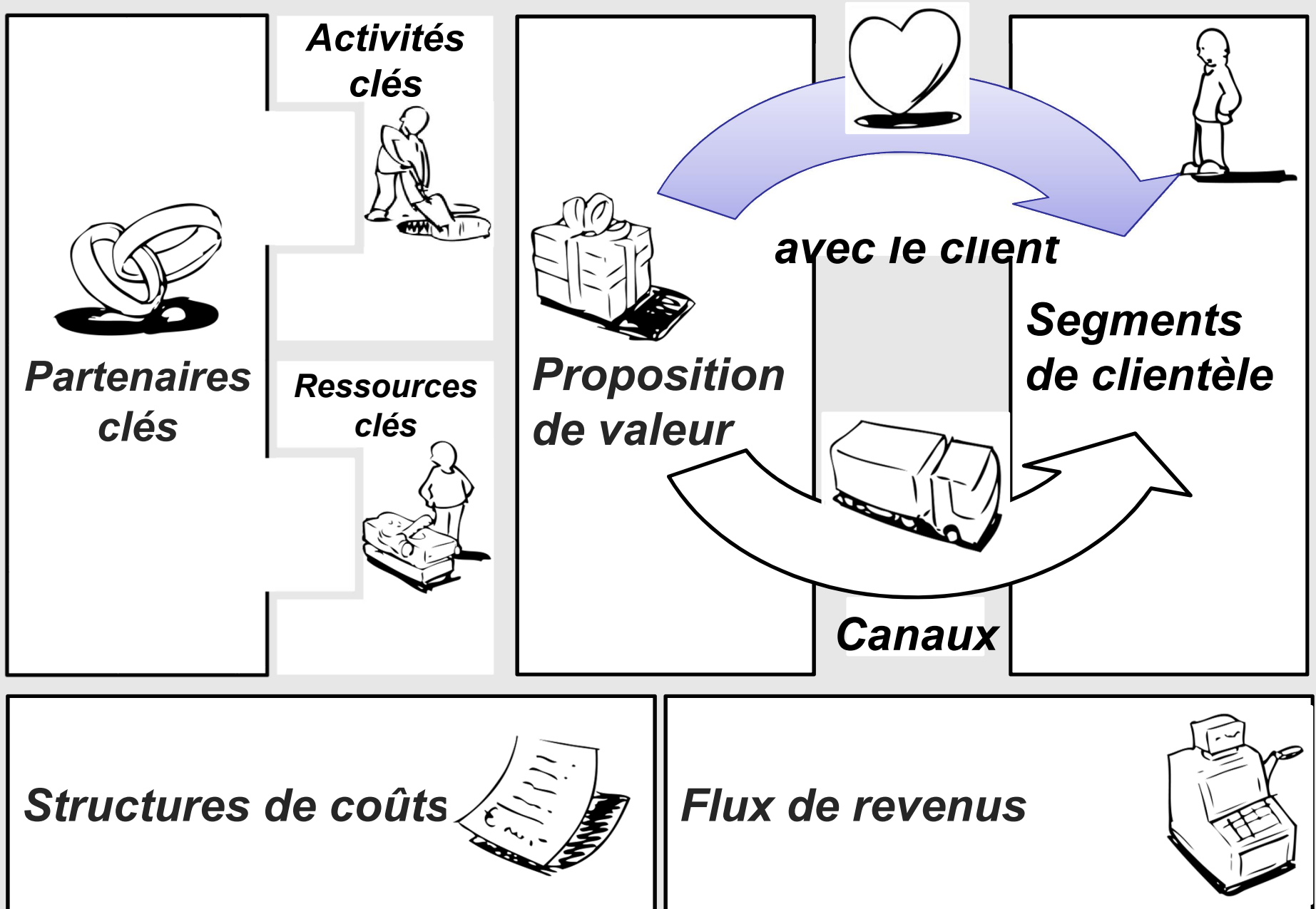
Quels sont les clients les moins bien servis?

Pour qui créez-vous de la valeur?

Quel est le profil et les habitudes de consommations de ce segment?

Visez le 1% des clients qui veulent et apprécient ce que vous avez à offrir.

Business Model Generation



Étape 3 : Relation avec le client

Présentez les moyens et les outils de communication privilégiés pour établir et entretenir la relation client dans votre organisation.

Quelle relation client voulez-vous établir avec vos clients?

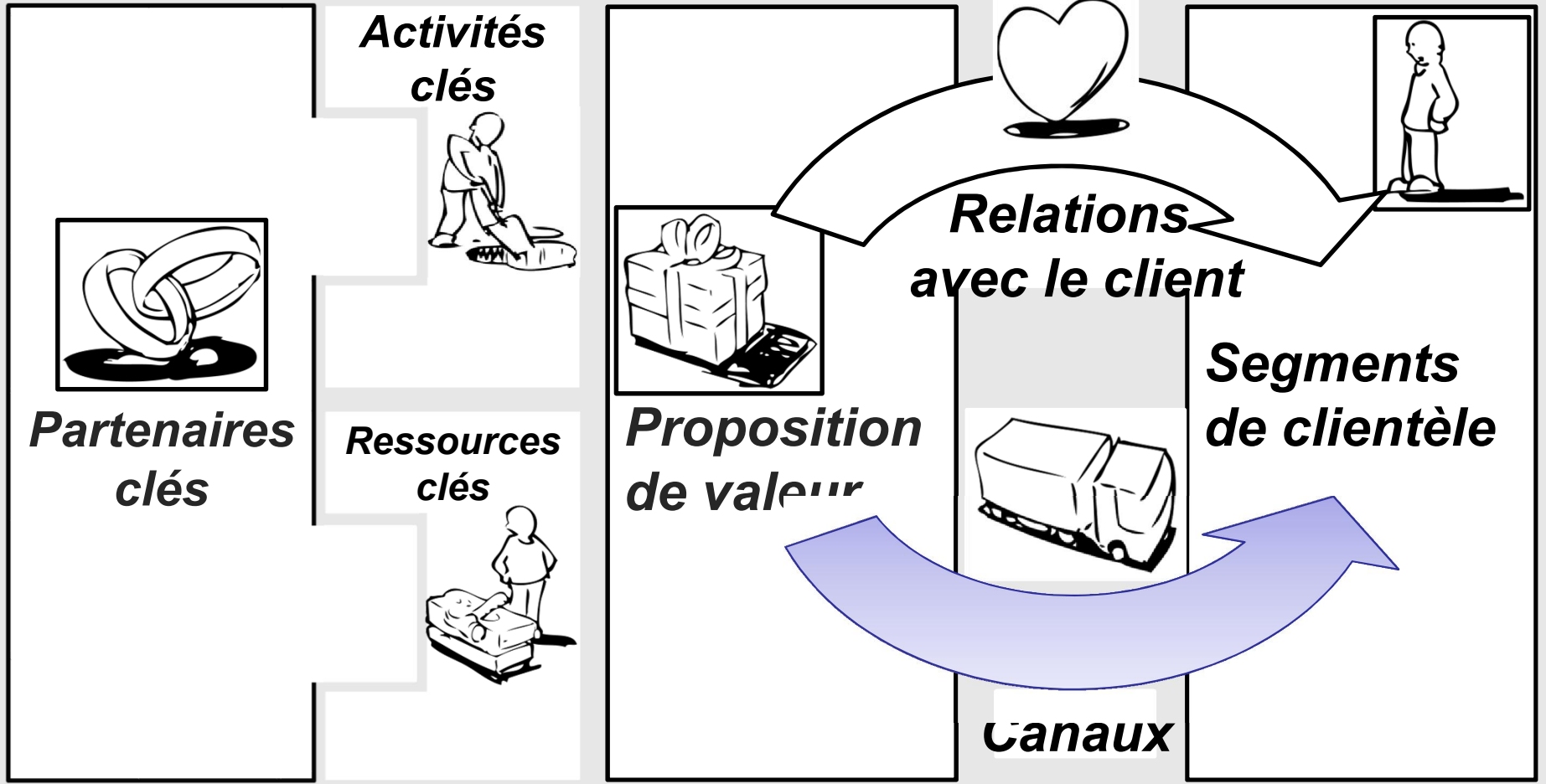
Comment allez-vous attirer, garder et faire croître vos clients?

Avec quels outils?

Par quels moyens?

*Il faut réfléchir à la manière de communiquer avec vos clients, mais aussi comment le choix de vos communications pourrait **renforcer la relation client et de ce fait la business!***

Business Model Generation



Étape 4 : Canaux

Présentez les canaux de distribution par lesquels vous allez livrer vos produits et/ou services.

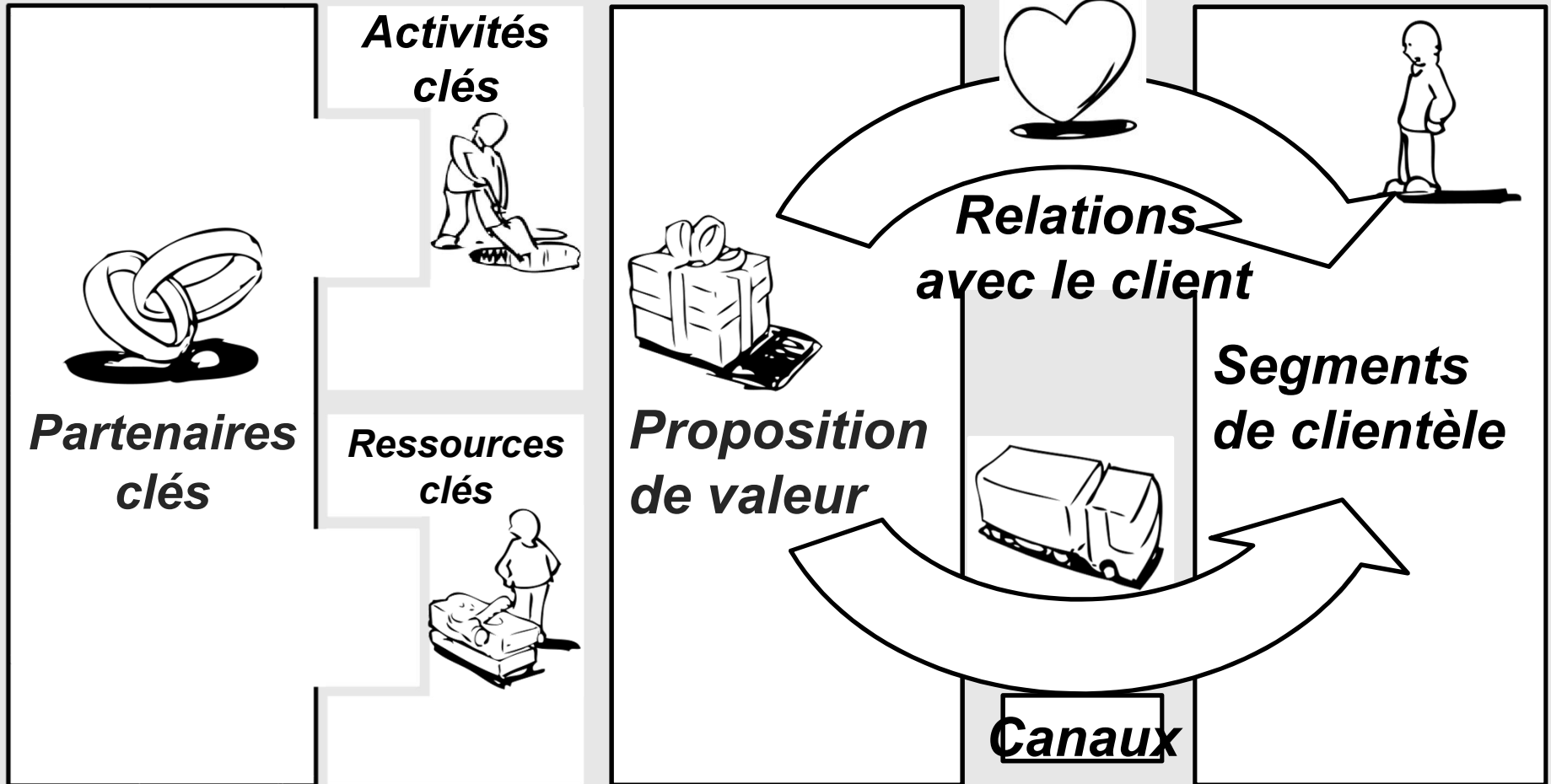
Par quels canaux vos clients souhaitent-ils acheter vos produits/services, et ce, pour chaque étape du processus d'achat?

Quels sont les canaux qui fonctionnent le mieux?

Lesquels sont les moins coûteux?

Pensez au niveau d'intégration de vos canaux.

Business Model Generation



Structures de coûts



Flux de revenus



Étape 5 : Flux de revenus

Présentez les différentes sources de revenus de votre modèle d'affaires pour chaque segment.

Pour quelles valeurs vos clients sont-ils prêts à payer?

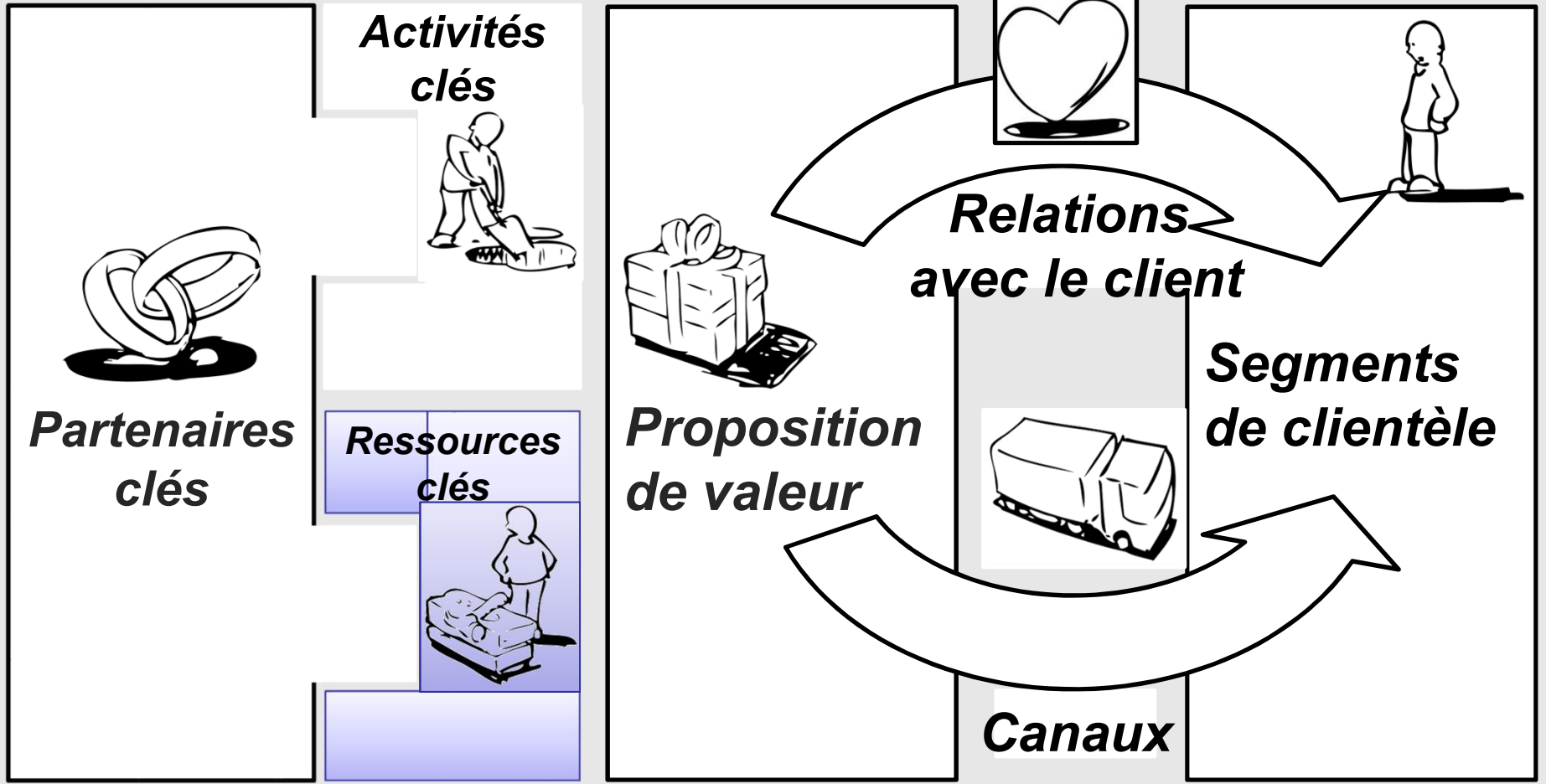
Quels sont vos prix de vente?

Comment pouvez-vous générer des revenus complémentaires?

Quel est l'apport de chacun de ces flux de revenus dans l'ensemble?

Il faut établir vos prix en fonction de la valeur au client et non juste en fonction des coûts.

Business Model Generation



Structures de coûts



Flux de revenus



Étape 6 : Ressources clés

Présentez les principaux éléments dont vous avez besoin pour produire votre proposition de valeur.

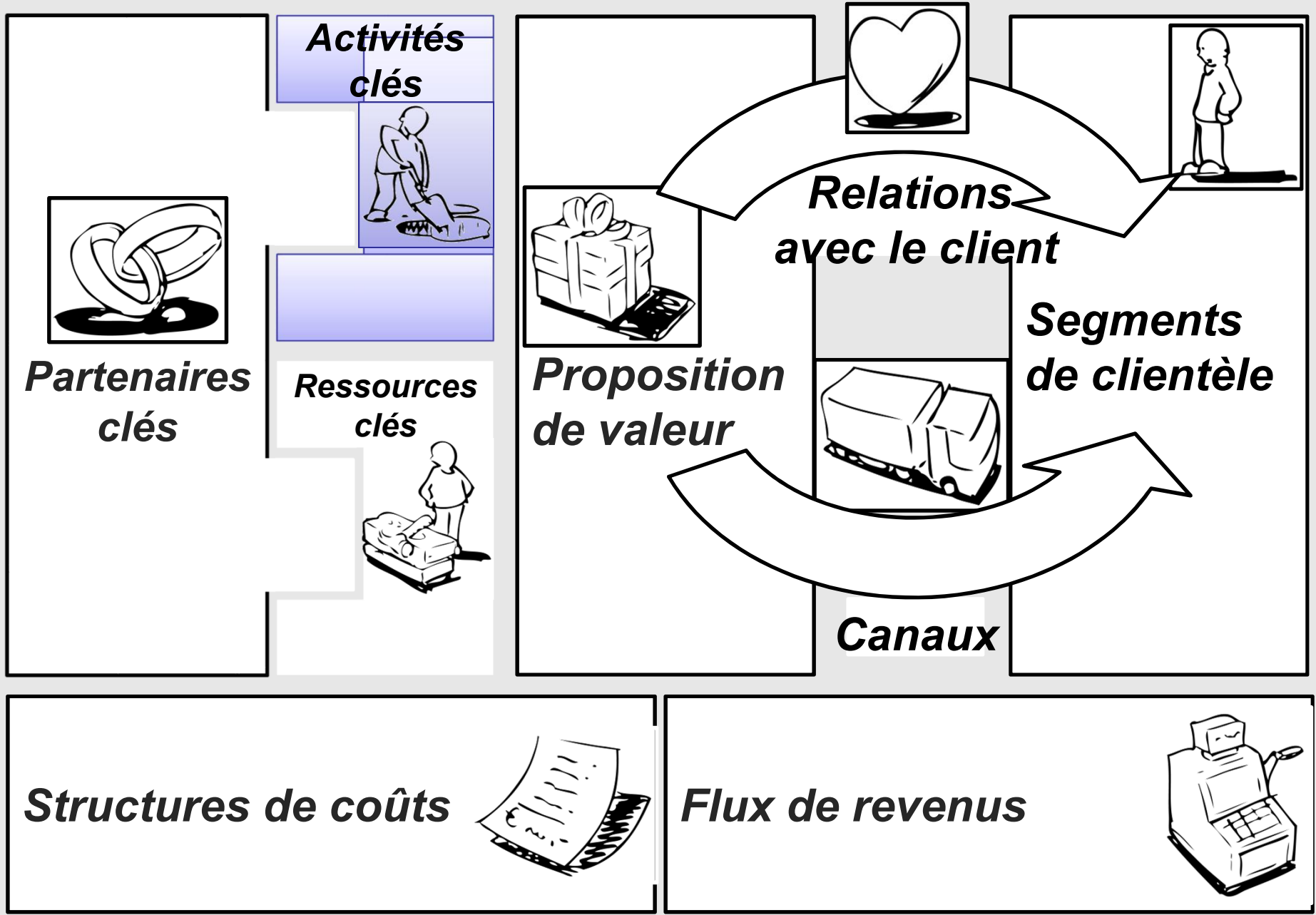
De quels types de ressources physiques avez-vous besoin?

De quels types de ressources intellectuelles avez-vous besoin?
(brevet, droits d'auteurs, données...)

De quels types de ressources humaines avez-vous besoin?

De quels types de ressources financières avez-vous besoin?

Business Model Generation



Étape 7 : Activités clés

Présentez les activités qui font vivre votre modèle d'affaires.

Quelles sont les activités clés pour réaliser votre modèle d'affaires ?

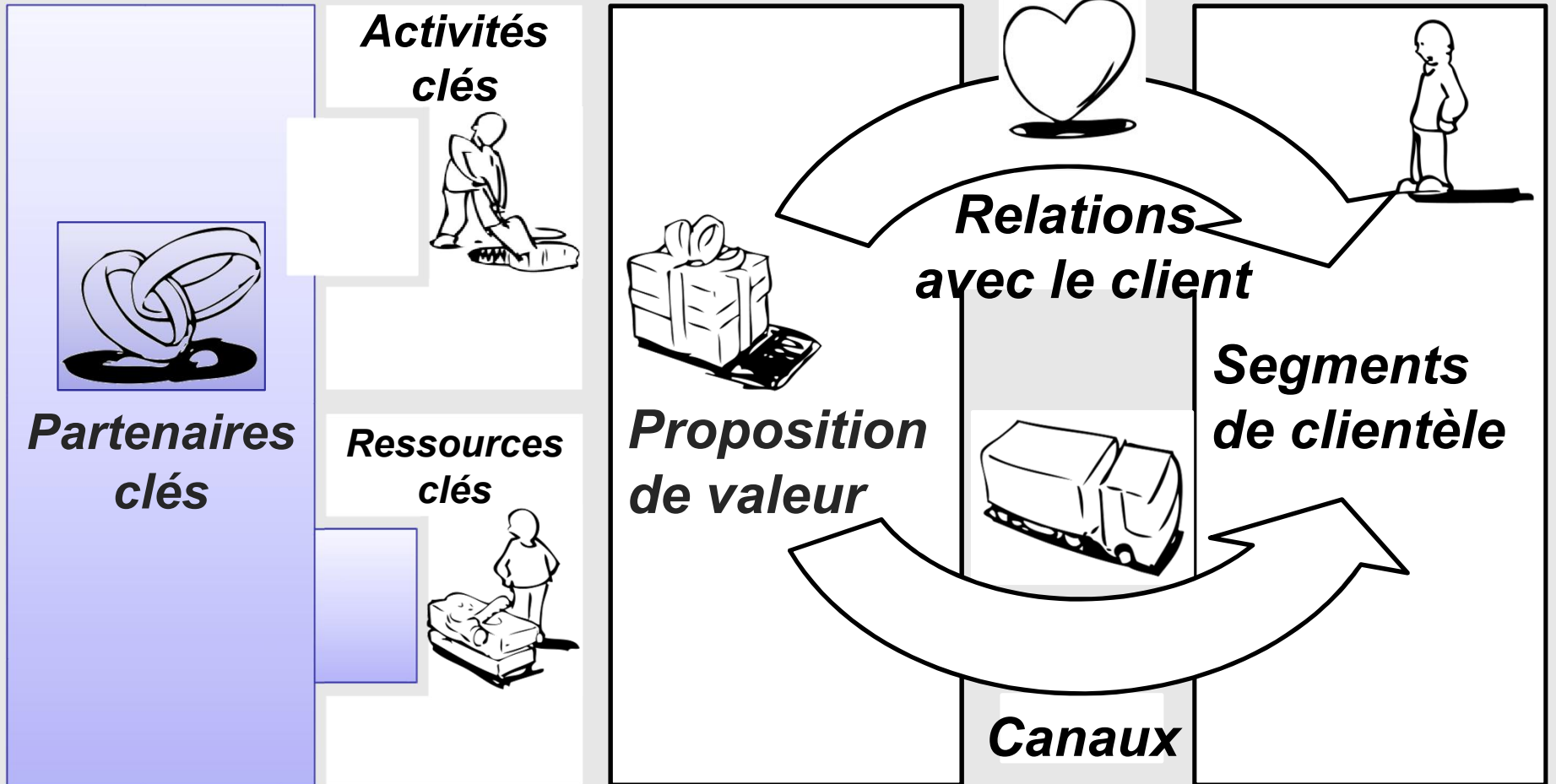
Quelles sont les activités clés pour livrer votre proposition de valeur?

Quelles sont les étapes cruciales à la réalisation du modèle d'affaires?

Quelles sont les activités clés pour le développement du projet?

Quelles sont les activités clés à court, moyen et long terme?

Business Model Generation



Structures de coûts



Flux de revenus



Étape 8 : Partenaires clés

Présentez les différentes personnes clés pour votre organisation.

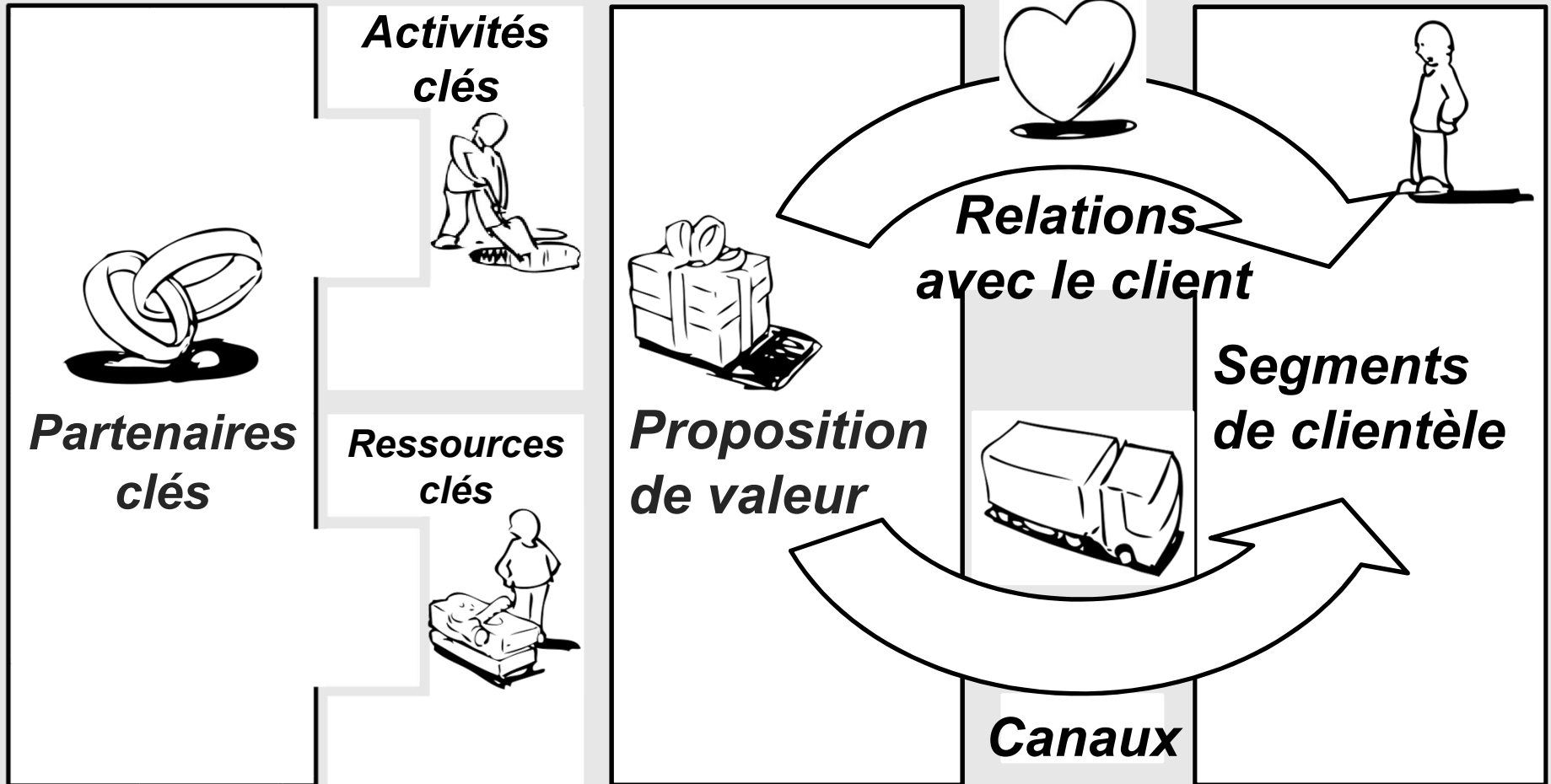
Quels sont les partenaires pouvant jouer un rôle de canal pour vous amener plus de clients?

Quels sont les partenariats qui pourraient vous permettre de réduire vos coûts? (coûts de production, de transport, etc.)

Qui sont les fournisseurs clés?

Choisissez des partenaires qui pourront également simplifier la structure de votre business.

Business Model Generation



Structures de coûts



Flux de revenus



Étape 9 : Structure de coûts

Présentez les coûts les plus importants inhérents à votre modèle d'affaires.

Quels sont vos coûts de démarrage?

Quels sont vos coûts d'infrastructure?

De quel montant avez-vous besoin pour votre fonds de roulement?


Quels sont vos coûts d'opération? (frais fixes et variables)


Quels sont les coûts liés aux activités et ressources clés?


Quels sont les coûts liés à la vente de vos produits et/ou services?


Atelier pratique


Tableau du modèle d'affaires


Partenaires clés
(Opérations) 


Activités clés
(Opérations) 


Proposition de valeur
(Offre) 

Relations avec les clients
(Marketing) 

Segments de clientèle
(Étude de marché) 

Ressources clés
(Opérations) 

Canaux (Marketing) 

Structure des coûts (Prévisions financières) 

Flux de revenus (Prévisions financières) 